

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

Variabel Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

3. Persepsi persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

4. Kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

Variabel Kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap minat membeli *smartphone* Samsung seri galaxy, implikasinya sebagai berikut:

Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas. Jadi untuk meningkatkan minat beli maka pihak Produsen harus meningkatkan kualitas produk yang terdapat pada produk *smartphone* Samsung sery galaxy.

Citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Samsung seri Galaxy. Jadi untuk meningkatkan minat beli maka pihak produsen harus meningkatkan citra merek yang lebih baik untuk dapat bersaing dengan dengan produk lain.

Dan persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *smartphone* Samsung seri Galaxy di ITC Cempaka Mas. Jadi untuk meningkatkan minat beli *smartphone* Samsung seri galaxy di ITC Cempaka

Maka pihak produsen perlu menentukan persepsi harga yang lebih kompetitif sehingga konsumen berminat membeli *smartphone* Samsung seri Galaxy.

Berdasarkan temuan pada analisis tersebut, beberapa aspek pada kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga yang perlu ditingkatkan adalah:

1. Meningkatkan Kualitas produk

- a. Pada dimensi kinerja (*performen*) butir nomor 2 pihak produsen hendaknya mampu meningkatkan kinerja produknya karena sebagian besar responden menyatakan netral pada pernyataan ini. Kinerja *smartphone* dapat ditingkatkan dengan menambah kemampuan *smartphone* misalnya dengan mengganti prosesor yang lebih memiliki kemampuan yang lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis dengan harga yang hampir sama.
- b. Pada Dimensi Daya Tahan (*Durability*) butir nomor 3 dan , pihak produsen hendaknya lebih meningkatkan kinerja baterai agar lebih tahan lama ketika digunakan. Ada beberapa keluhan konsumen yang menilai bahwa baterai yang dipakai lebih cepat cepat pemakaiannya ketika digunakan untuk internet. Untuk itu hendaknya pihak produsen dapat mengganti baterai yang memiliki kemampuan yang lebih baik dan juga konsumen menilai netral atau ragu-ragu terhadap masa pakai produk Samsung, karena beberapa jenis produk Samsung memiliki masa pakai yang kurang baik dibandingkan produk sejenis.

2. Meningkatkan Citra merek

- a. Pada dimensi *Friendly/Unfriendly*, indikator ke-16 dan ke-17, responden menilai netral terhadap pernyataan bahwa telah mengikuti perkembangan zaman dan selalu update sesuai kebutuhan konsumen. Untuk itu pihak produsen hendaknya lebih update dalam mengikuti perkembangan teknologi yang ada.
- b. Pada dimensi *Useful/Hot*, indikator ke-18, responden masih bersikap netral terhadap pernyataan bahwa produk Samsung mempertinggi citra diri penggunanya. Untuk itu diperlukan iklan yang menampilkan citra yang lebih elegan di televisi.
- c. Pada dimensi *Popular/Unpopular* indikator ke-20, responden masih bersikap netral terhadap pernyataan bahwa produk Samsung merupakan produk modern dan populer. Karena responden menilai ada merek sejenis yang lebih mereka kenal dibandingkan Samsung. Untuk itu pihak manajemen perlu terus menkampanyekan produknya lebih gencar lagi melalui berbagai media sehingga mampu dikenal oleh semua kalangan.

3. Meningkatkan Persepsi Harga

- a. Pada dimensi keterjangkauan harga indikator nomor 24-25, responden menjawab netral terhadap pernyataan bahwa harga yang ditawarkan produk Samsung sesuai dengan daya tarik konsumen dan lebih terjangkau dari pesaing.

- b. Pada dimensi kewajaran harga indikator nomor 26, responden menjawab netral terhadap pernyataan harga produk Samsung tidak terjangkau. Hal ini berarti bahwa responden menganggap bahwa produk Samsung terjangkau dibandingkan produk sejenis.
- c. Pada dimensi kesesuaian harga indikator nomor 28, responden menjawab netral pernyataan tentang harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Konsumen masih menganggap harga yang dibayar masih belum senilai dengan manfaat yang diperoleh. Untuk itu pihak manajemen hendaknya lebih memberikan nilai lebih kepada produk yang dihasilkan dengan terus meningkatkan kualitas produknya seperti meningkatkan performa baterai.

C. Saran

1. Saran Operasional Untuk Produsen Samsung

- a. Kualitas produk
 - 1) Pihak produsen hendaknya menambah kemampuan smartphone misalnya dengan mengganti prosesor yang lebih memiliki kemampuan yang lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis dengan harga yang hampir sama.
 - 2) Pihak produsen hendaknya lebih meningkatkan kinerja baterai agar lebih tahan lama ketika digunakan dan lebih meningkatkan daya tahan produk agar lebih tahan lama dibandingkan dengan produk sejenis.

b. Citra merek

- 1) Produsen hendaknya lebih update dalam mengikuti perkembangan teknologi yang ada supaya produk Samsung lebih dikenal dikalangan konsumen.
- 2) Diperlukan iklan yang menampilkan citra yang lebih elegan di televisi dengan cara menambah tayangan di media televise untuk memeperkuat citra merek produk.
- 3) Perlu terus mempromosikan produknya lebih gencar lagi melalui berbagai media sehingga mampu dikenal oleh semua kalangan.

c. Persepsi Harga

- 1) Produsen hendaknya membandrol harga yang lebih terjangkau dari pesaing agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk Samsung.
- 2) Pihak manajemen hendaknya lebih memberikan nilai lebih kepada produk yang dihasilkan dengan terus meningkatkan kualitas produknya seperti meningkatkan performa batere.
- 3) Pihak manajemen hendaknya lebih memberikan nilai lebih kepada produk yang dihasilkan dengan terus meningkatkan kualitas produknya seperti melakukan inovasi yang dibutuhkan oleh konsumen seperti.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Peneliti lain perlu membahas mengenai kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga di tempat lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- b. Perlunya penelitian variabel lain diluar variabel kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel lain selain variabel yang peneliti uraikan terhadap minat beli.
- c. Perlunya penambahan area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.